

## ABSTRAK

Kepuasan pelanggan diukur dengan beberapa cara yaitu dengan kualitas produk dan harga, kualitas produk yang ditawarkan dengan menyediakan beberapa model mobil yang di sesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup pelanggan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Harga menggambarkan sebuah kesesuaian dengan kepuasan yang di terima oleh pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan mobil Daihatsu Cabang Pecindilan kota Surabaya.

Variabel kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan yaitu mempunyai pengaruh positif 0,339 terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 2.813 dan nilai signifikan 0.006. Hal tersebut memiliki arti bahwa dengan melakukan peningkatan *kualitas produk* maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Variabel harga memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan yaitu mempunyai pengaruh 0,651 terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 5.952 dan nilai signifikan 0.000. Hal tersebut memiliki arti bahwa dengan melakukan peningkatan *strategi harga* maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut: variable kualitas produk, dan harga berpengaruh bersama dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 142,253 dan nilai signifikan 0.000. Hal tersebut memiliki arti bahwa dengan melakukan perbaikan kualitas produk, dan strategi harga maka kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

Customer's satisfaction can be measured by its product quality and price. The product quality which is offered, by having some care models that suit customers' needs and lifestyle, aimed to satisfy customers. While, price could describe conformity with customers' satisfaction. This research aimed to find out and explain the effect product quality and price on customers' satisfaction of Daihatsu cars at Pecindilan branch, Surabaya.

The research result concluded that product quality had a direct and positive effect on customers's satisfaction for about 0,339 with t-counted of 2,813 and significance of 0,006. This meant, by having improvement on product quality customers's satisfaction would improve. Moreover, price had a direct effect on customers's satisfaction for about 0,651 with t-counted of 5,962 and significance of 0,000. In other words, with improvement of price strategy, customers' satisfaction would improve.

Futhermore, simultaneously product quality and price had a positive and significant effect on customers' satisfaction of Daihatsu cars at Pecindilan branch Surabaya. It meant, both of them had a significant effect on customers' satisfaction with F-counted for about 142.253 and sigficanse of 0,000. This meant, with product quality improvement and price strategy, customers' satisfaction would improve.

**Keywords:** product quality, price, customer satisfaction